**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………..3

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА УСЛУГ…….5

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ, ВОСТРЕБОВАННЫЕ

НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ……………………………………………..12

2.1. Туристические услуги………………………………………………………12

2.2. Транспортные услуги……………………………………………………….16

2.3. Банковские и иные финансовые услуги…………………………………...18

ГЛАВА 3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА

УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ…………………………………………22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….30

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……………………………32

**ВВЕДЕНИЕ**

Любая экономическая система в процес­се развития претерпевает изменения, связанные с трансформацией ее отраслевой структуры: про­изводственные ресурсы перемещаются из одних сфер деятельности в другие, исчезают не нашед­шие своего потребителя производства, и в то же время возникают новые направления деятель­ности в сфере товарного производства и в сфере услуг, формируются новые отрасли.

Изменение соотношения между секторами и отраслями народного хозяйства является одним из факторов экономического роста. И в этой свя­зи отраслевая структура общественного произ­водства находится под пристальным вниманием аналитиков.

Особое внимание к развитию сферы услуг обусловлено выделением ее в качестве лидирую­щей во второй половине XX-XXI вв. Увеличение доли сферы услуг в структуре общественного производства стало одним из признаков выделе­ния новой экономической системы - постинду­стриальной, которую многие авторы определяют как «экономику услуг».

Решаю­щий вклад в развитие сферы услуг и экономики в целом вносят «коммерческие» услуги, к кото­рым условно можно отнести торговлю, транспорт, связь, банковскую деятельность, общую коммер­ческую деятельность по обеспечению функцио­нирования рынка и т. д.

Тема курсовой работы «Международная торговля услугами как одно из направлений внешнеэкономической деятельности».

Целью работы является исследование нормативных актов в сфере внешнеэкономического регулирования и теоретической литературы по мировой экономике и внешнеэкономической деятельности, для анализа вопроса о международной торговле услугами.

Исходя из поставленной цели работы ставились следующие задачи:

1) рассмотреть сущность и структуру мирового рынка услуг;

2) проанализировать основные виды услуг востребованных на международном рынке;

3) изучить вопрос о перспективах развития международного рынка услуг в Республике Беларусь.

*Объектом* исследования явились отношения в сфере международной торговли услугами. *Предмет* исследования – выявление и изучение особенностей развития международного рынка услуг.

*Методологическую основу* исследования составили общенаучные, частные и специальные методы познания: диалектический, логический, системно-структурный, сравнительно-правовой, наблюдения и др.

*Структура работы* определена характером исследуемых в ней проблем. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников. Объем курсовой работы составляет 34 страницы, список использованных источников состоит из 21 наименования.

**ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА УСЛУГ**

Наряду с мировыми рынками товаров, капиталов, рабочей силы существует и взаимодействует с ними мировой рынок услуг. Специфическая особенность услуги как товара состоит в том, что она не имеет вещественной формы, а выступает как результат определенной деятельности. Производство и купля-продажа услуг подчинены действию закона стоимости, и их обмен на товары в материально-вещественной форме или другие услуги производится в соответствии с количеством затраченного на их производство труда.

Услуга - целесообразная деятельность, результат которой выражается в полезном эффекте, способном удовлетворить ту или иную потребность человека, которая изначально может быть объектом спроса и предложения на рынке. Понятие «услуга» имеет широкий спектр определений. В общем виде под услугами принято понимать разнообразные виды деятельности, не имеющие материальной формы в явном виде [13, с.23].

Отличия услуг от товаров в материальной форме в том, что,

во-первых, они невидимы;

во-вторых, не поддаются хранению;

в-третьих, производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту.

Этим обусловливаются особенности международной торговли услугами по сравнению с международной торговлей товарами.

Существует два вида услуг:

услуги, которые опосредуются вещно. Они связаны с потребительскими товарами (материальные);

услуги, не связанные с материальными продуктами. Их действие направлено на человека или на условия, в которых он находится, их производство неотделимо от потребления (нематериальные).

Специфической отраслью услуг является международный туризм [7, с.13].

Итак, международный рынок услуг - купля-продажа услуг на мировом рынке.

Мировой рынок услуг разбивается на более узкие рынки, так как услуги разнообразны и разнородны. В основе этого рынка лежит огромная и быстрорастущая часть мирового хозяйства – сфера услуг. Предоставление услуг – самая динамичная статья мировой торговли.

Мировой рынок услуг состоит из множества более узких «специализированных» рынков, что вызвано разнородностью и разнообразием услуг. В услуги обычно включают транспорт, связь, торговлю, материально-техническое снабжение, сбыт и заготовки, бытовые жилищные и коммунальные услуги, общественное питание, гостиничное хозяйство, туризм, финансовые и страховые услуги, науку, образование, здравоохранение, физкультуру и спорт, культуру и искусство, а также инженерно-консультационные услуги, информационные и вычислительные, рекламу, юридические, биржевые и посреднические услуги, операции с недвижимостью и в области аренды оборудования, услуги по изучению рынков и контролю за качеством: предпродажный и послепродажный сервис, техническое обслуживание, деятельность государственных учреждений, организаций и ведомств. В ряде стран к услугам причисляют и строительство. Следует иметь в виду, что в Республике Беларусь строительство, грузовой транспорт, связь по обслуживанию производства, розничная торговля, материально-техническое снабжение, сбыт и заготовка, производственные виды бытового обслуживания включаются статистикой в сферу материального производства [12, с. 122].

Мировая статистика свидетельствует о том, что мировая торговля услугами является одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства

Среди причин, стимулирующих быстрое возрастание мирового рынка услуг, выделяются следующие [19, с.135]:

·зрелая экономика и высокий уровень жизни повышают спрос на услуги;

·развитие всех видов транспорта стимулирует международную мобильность как предпринимателей, так и населения;

·новые формы связи, в том числе спутники, иногда позволяют заменить личные контакты продавцов и покупателей;

·ускорившийся процесс расширения и углубления международного разделения труда, что ведет к образованию новых видов деятельности, прежде всего в непроизводственной сфере.

Примерно ¼ международной торговли услугами приходится на транспортные услуги, около ¼ составляет туризм. Из прочих услуг следует отметить быстро растущую торговлю современными услугами, связанную прежде всего с научно-техническим и производственным опытом (торговля лицензиями, ноу-хау, инженерно-консультационными и другими услугами).

Международная торговля услугами имеет ряд особенностей по сравнению с традиционной торговлей товарами.

Во-первых, услуги в отличие от товаров производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контактах между производителями и потребителями, что обособляет международную торговлю услугами от торговли товарами, в которой часто используется посредничество.

Во-вторых, эта торговля тесно взаимодействует с торговлей товарами и оказывает на нее все возрастающее воздействие. Для поставок за рубеж товаров привлекается все больше услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой товаров. Успех товара на внешнем рынке во многом зависит от качества и количества услуг, привлекаемых для его производства и реализации (включая послепродажное обслуживание).

В-третьих, сфера услуг обычно больше защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того, транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука во многих странах традиционно находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются им. Импорт услуг в значительных масштабах может, как считают общественность и правительства многих стран, представлять собой угрозу для их благосостояния, суверенитета и безопасности. В результате перед международной торговлей услугами больше барьеров, чем перед торговлей товарами.

В-четвертых, не все виды услуг, в отличие от товаров, пригодны для широкого вовлечения в международный хозяйственный оборот. В первую очередь это относится к некоторым видам услуг, поступающих преимущественно в личное потребление (например, коммунальные и бытовые) [17, с.311].

Выделяют следующие особенности услуг как предмета торговли:

отсутствие овеществленной формы (некоторые из услуг приобретают материальную форму в виде компьютерных программ на магнитных носителях, кинолент, различной документации и т. д.);

наличие всех признаков товара (обладают общественной потребительной стоимостью);

услуги полезны не как вещь, а как деятельность определенного направления;

неоднородны или изменчивы по качеству;

производятся и потребляются одновременно;

при экспорте-импорте не проходят таможенную границу И не подлежат таможенному оформлению;

не все виды пригодны для вовлечения во внешнеторговые оборот (коммунальные услуги и т.п.);

имеют тесную связь с рынком рабочей силы;

ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках, меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, вовлеченных в международный товарооборот;

имеют специфическую нормативно-правовую базу своего регулирования как на национальном, так и на международном уровне [13, с.34].

Услуги могут быть капиталоемкими, трудоемкими или наукоемкими, иметь промышленный характер или удовлетворять личные потребности, быть квалифицированными или неквалифицированными и т.д.

Разные услуги отличаются разностью вовлечения в хозяйственный оборот. Меньше всего вовлечены услуги, поступающие в личное потребление (за исключением образования и здравоохранения).

Услуги могут осуществляться на коммерческой и некоммерческой основе, а также могут предоставляться государственными и частными производителями. Государственный сектор - суды, биржи труда, больницы, военные службы, полиция, пожарная охрана, почта, образовательные учреждения.

Частный некоммерческий сектор - музеи, благотворительные организации, церковь, больницы.

Коммерческий сектор - авиакомпании, банки, отели, страховые компании, консалтинговые фирмы, бухгалтерские фирмы, аудиторские, информационные и проч.

В настоящее время мировой рынок услуг регулируется на четырех уровнях: международном (глобальном), отраслевом (глобальном), региональном и национальном.

Общее регулирование на глобальном уровне осуществляется в рамках ГАТС, вступившего в действие с I января 1995г. В его регулировании используются те же правила, которые были выработаны ГАТТ по отношению к товарам: недискриминация, национальный режим, транспарентность (гласность и единство прочтения законов), неприменение национальных законов в ущерб иностранным производителям. Однако реализация этих правил затрудняется особенностями услуг как товара: отсутствием вещной формы большинства из них. совпадением времени производства и потребления услуг. Последнее означает, что регулирование условий торговли услугами означает регулирование условий их производства, а это в свою очередь означает регулирование условий инвестирования их производства.

ГАТС, чтобы снять эти противоречия, было составлено в трех частях: рамочного соглашения, определяющего общие принципы и правила регулирования торговли услугами; специальных соглашений, приемлемых для отдельных сервисных отраслей, и списка обязательств национальных правительств по ликвидации ограничений в сервисных отраслях. Таким образом, из поля деятельности ГАТС выпадает только региональный уровень [19, с.136].

Все соглашение ГАТС направлено на либерализацию торговли услугами и охватывает следующие их виды: услуги в области телекоммуникаций, финансов и транспорта. Из сферы его деятельности исключены вопросы экспортной продажи кинофильмов и телепрограмм, что связано с опасениями отдельных государств Европы утратить самобытность своей национальной структуры.

Отраслевое регулирование международной торговли услугами осуществляется также в глобальном масштабе, что связано с глобальным производством и потреблением этих услуг. В отличие от ГАТС организации, регулирующие такие услуги, носят специализированный характер. Например, гражданские авиационные перевозки регулирует Организация международной гражданской авиации (ИКАО), иностранный туризм - Всемирная туристическая организация (ВТО), морские перевозки - Международная морская организация (ИМО).

На региональном уровне международная торговля услугами регулируется в рамках экономических интеграционных группировок, в которых снимаются ограничения на взаимную торговлю услугами (как, например, в ЕС) и могут вводиться ограничения на такую торговлю с третьими странами.

В документах Всемирной торговой организации выделяют следующие основные формы международной торговли услугами:

поставка услуг через границу (трансграничная торговля), когда торговля происходит с территории одной страны на территорию другой (международный транспорт, особенно морской и воздушный, радиостанции, спутники связи и т.п.).

В данном случае границу пересекает сама услуга, а не ее поставщики или потребитель;

перемещение потребителя услуг в страну их производителя (туризм, образование, медицина);

временное перемещение за границу физического лица - поставщика услуг (квалифицированных служащих ТНК или лиц определенных профессий: консультантов, инженеров, врачей, спортсменов, артистов);

коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны (банковское, страховые, аудиторские, рекламные и другие услуги) [20, с.278].

**ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ, ВОСТРЕБОВАННЫЕ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

**2.1. Туристические услуги**

Международный туризм - специфическая отрасль (разновидность) услуг, международные перемещения людей или путешествия, представляющие собой специфическую категорию международной торговли. По своим признакам международный туризм напоминает трудовую миграцию, однако существенно различие в целях. Цель туризма - отдых и развлечение людей в ограниченный период времени, хотя в последнее время значительная часть специалистов совмещает деловые (служебные) поездки с отдыхом в других странах. Туристические услуги в международном товарообороте выступают неким «невидимым товаром», чья характерная особенность заключается в том, что он становится важным, а иногда и единственным источником дохода для многих развитых и развивающихся стран [5, с.132].

Операции по международному туризму – это вид деятельности, направленный на предоставление различного рода туристических услуг и товаров туристского спроса с целью содействия удовлетворению широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста. Международный туризм включает выезжающих за границу лиц, не занимающихся там оплачиваемой деятельностью.

Туристские услуги в международном товарообороте выступают как «невидимый» товар. Характерной особенностью и своеобразным достоинством этих услуг как товара является то, что значительная часть этих услуг производится с минимальными затратами на месте и, как правило, без использования иностранной валюты.

Виды туристических услуг, предлагаемых в качестве товаров, довольно разнообразны. К ним относятся: услуги по размещению туристов; услуги по перемещению туристов до страны назначения и по стране различными видами транспорта; услуги по обеспечению туристов питанием; услуги, направленные на удовлетворение культурных потребностей и деловых интересов туристов; услуги по оформлению документации (паспорта, визы и др.). При осуществлении туристских операций складываются определенные отношения между производителями туристских услуг и туристскими фирмами, с одной стороны, и между туристскими фирмами и клиентами-туристами, - с другой. Характер и содержание этих соглашений различны [16].

В системе ООН имеется специальная организация – Всемирная туристская организация, созданная в 1975 году, она объединяет правительственные организации по туризму, цель ее – содействие развитию туризма.

Международный туризм – важный источник валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран.

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами несмотря на кризис, который охватил почти все сферы мировой экономики.

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта (ВНП)

Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составит около 30 %. Страны, имеющие в избытке туристские ресурсы, специализируются на международном туризме и экспортируют подобные услуги. Например, курорты Испании, Греции, Туниса и Марокко привлекают большой поток туристов благоприятным климатом и превосходными морскими пляжами. Кроме того, туризм имеет социальное значение, как фактор повышения образовательного уровня людей. Международный туризм оказывает мощное воздействие на занятость населения и является активным источником поступлений иностранной валюты и оказывает воздействие на платежный баланс страны. Помимо влияния на экономику многих стран международный туризм воздействует на их социальную и культурную среду, экологию. А последние, в свою очередь, влияют на туристов. На развитие туризма сегодня влияют следующие факторы. Во-первых, мировой финансовый кризис, который отразился во всех сферах жизни. Не стала исключением и туротрасль. Путешествия - далеко не первая необходимость и потребность человека, значит, и отказаться от них не так уж сложно. В первую очередь кризис ударит по среднему классу, ведь именно он всегда составлял основную прослойку активно путешествующих. Массовый туризм так же не мало пострадает от кризиса. Вторым фактором, определяющим, положение сегодняшнего туризма, являются национальные законопроекты, способные практически уничтожить или стимулировать туристский рынок. В-третьих, международные отношения. Они оказывают огромное влияние на туризм [16].

Таким образом, финансовый кризис, несомненно, окажет некоторое влияние на всю туристическую сферу, вне зависимости от направлений. Но люди не прекратят путешествовать - разве что сократят расходы и продолжительность поездок.

С экономической точки зрения привлекательность туризма как составной части услуг – в более быстрой окупаемости вложенных средств и получении дохода в свободно конвертируемой валюте. Туристический бизнес – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства, на которую приходится около 6 % мирового валового национального продукта, 7 % суммарных капитальных вложений, 11 % мировых потребительских расходов и 5% всех налоговых поступлений. На долю международного туризма приходится около 7% от мирового экспорта. В абсолютном выражении это уступает только доходам от экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей. Рост туристической активности (по данным ВТО), измеряемый в численности прибытия туристов в другие страны и доходов от их обслуживания (в процентах), представлен в таблице 1 [3].

При этом косвенное влияние туризма на экономику почти равно ее прямому результату. С учетом данных предпосылок, удельный вес туризма по прогнозам ВТО достигает 11 – 12%. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

Табл.1. Рост туристической активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Период | Рост числа прибытий туристов (%) | Рост доходов от обслуживания(%) |
| 1995-2000 | 2,5 | 3 |
| 2000-2005 | 4 | 5 |
| 2005-2010 | 3 | 4 |

Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.

В ряде зарубежных стран туризм является одной из самых приоритетных отраслей, вклад в валовой национальный доход которых составляет 15 – 35 % (Венгрия, Чехия, Австрия, Швеция, Италия, Франция, Испания, Португалия) [3].

В докладе ЮНВТО «Барометр мирового туризма» говорится, что все регионы, кроме Африки, в 2009 году отметили уменьшение количества прибывающих туристов. В Европе туристический поток сократился на -5%, в Америке – на 5%. Южная Америка – оказалась единственным субрегионом, кроме Африки (+5%), который выбивается из общей отрицательной тенденции с результатом +0,2%. Ситуация в азиатско-тихоокеанском регионе (-6%) кажется особенно сложной в сравнении с результатами прошлых лет, а падение спроса в этом регионе произошло гораздо быстрее, чем ожидалось.

По данным ЮНВТО, общая прибыль от международного туризма в прошлом году составила 944 млрд $, а в 2008 – всего 857 млрд $. [3].

**2.2. Транспортные услуги**

Наибольшее значение в мировой торговле услугами имеют туризм и транспорт. Транспортные услуги различаются в зависимости от:

вида транспорта: водный (морской и речной); наземный (железнодорожный и автомобильный); воздушный (авиационный);

трубопроводный; смешанный;

предмета транспортной операции (груз, пассажир, багаж);

транспортной характеристики товара: сухой (навалочные (уголь, руда), насыпные (зерно, цемент, фосфаты), генеральные (штучные); наливной (нефть и продукты ее переработки, растительные масла, вино и др.);

периодичности перевозки (регулярные и нерегулярные);

порядка прохождения границы (перегрузочные и бесперегрузочные);

вида транспортно-технологической системы (контейнерная, паромная, лихтерная и др.);

вида сообщения (прямое, непрямое и др.) [4, с.122].

Транспортные операции считаются международными, если они связаны с перемещением внешнеторговых грузов на внешних относительно страны-продавца и страны-покупателя участках маршрута перевозки.

Международные транспортные услуги, являясь специфическим товаром, продаются и покупаются на международных транспортных рынках, которые различаются в зависимости от видов транспорта, географических районов перевозки и видов перевозимых грузов.

В более широком значении международные транспортные услуги включают помимо непосредственно перевозочной деятельности различные сопутствующие операции: доставка груза от склада отправителя до ближайшего грузового терминала, его погрузка на магистральные транспортные средства, перегрузка на другие виды транспорта в промежуточных пунктах, выгрузка в пункте назначения, временное хранение груза в промежуточных пунктах и переоформление перевозочных документов.

Расходы, связанные с выполнением сопутствующих транспортных операций и затраты по перевозке груза магистральными видами транспорта образуют полные транспортные расходы грузовладельца.

Таким образом, в международном транспортном процессе помимо грузовладельцев и перевозчиков участвуют различные хозяйствующие субъекты, включая операторов грузовых терминалов (стивидоров) в портах и на станциях. При международных перевозках, особенно готовой продукции и полуфабрикатов, груз многократно последовательно переходит от перевозчиков к операторам терминалов, от них снова к перевозчикам и т.д. Одновременно изменяются и субъекты ответственности за груз [6, с.69].

Для защиты своих коммерческих интересов во всех географических пунктах, где осуществляются операции с его грузами, грузовладельцы прибегают к услугам посредников-экспедиторов (в некоторых стра¬нах их называют фрахтовыми агентами и др.).

Самый большой в мире торговый флот принадлежит Японии, за ней следуют Великобритания, Германия и Норвегия. На рынке грузовых и пассажирских транспортных услуг доминируют США, за ними идут Великобритания и Франция.

Важное место во внешней торговле занимает доставка товара от продавца (экспортера) к покупателю (импортеру), так называемое товародвижение. Издержки обращения в системе товародвижения могут включать следующие расходы на услуги: на перевозку товара (транспортные расходы), исчисляемые как оплачиваемые транспортные тарифы; на транспортировку товара с предприятия в пункт перевозки (к транспортным средствам или на склад); на перевозку товара с транспортных средств на склад покупателя; на погрузку товара у отправителя, выгрузку у получателя и возможные перегрузки в пути следования; на хранение товара в процессе перевозки, переупаковку, пересортировку; на поставку и содержание товара на складах до продажи; на упаковку, маркировку, оформление документации, страхование товара в пути; на оплату грузовых сборов в портах и на погранстанциях, оплату налогов, административных расходов и т.д. [6, с.70].

В тех случаях, когда экспортер считает нецелесообразным заниматься процессом товародвижения, он поручает его транспортно-экспедиторской фирме за соответствующее вознаграждение за все услуги.

К транспортным услугам относятся услуги по железнодорожному транзиту товаров из стран Западной Европы через территорию России на Восток – Иран, КНР, Дальний Восток (КНДР, Японию) и в обратном направлении, а также воздушным путем.

**2.3. Банковские и иные финансовые услуги**

Мировой рынок финансовых услуг включает банковские, страховые сделки и операции с ценными бумагами.

Международная деятельность банка в интересах его клиентов укла­дывается в универсальную систему видов международной торговли услу­гами Всемирной торговой организации (ВТО) с точки зрения способов оказания таких услуг. Эти способы перечислены в основном документе ВТО, регламентирующем сотрудничество стран в сфере услуг — Гене­ральном соглашении по торговле услугами (ГАТС), включая:

* трансграничную торговлю услугами;
* потребление услуг за рубежом;
* коммерческое присутствие;
* выезд специалиста [2, с.14].

В международном банковском бизнесе трансграничная торговля услугами имеет место в случае международного кредитования без откры­тия в зарубежной стране банковских офисов. Международные банковские расчеты в большинстве случаев также являются примером трансгранич­ной торговли. Вариант потребления услуг за рубежом тоже не предусмат­ривает организации специальных территориально обособленных банков­ских учреждений за пределами страны базирования банка. Яркие примеры потребления банковских услуг за рубежом — обслуживание иностранных компаний местными банками, обналичивание иностранными туристами средств по пластиковым картам в местных банках, прием последними к оплате дорожных чеков. Наиболее широкие возможности открываются перед банками в случае открытия банковских офисов в зарубежной стране, именно это означает вариант коммерческого присутствия на зарубежных рынках банковских услуг. Гораздо реже в международном банковском бизнесе имеет место выезд специалиста из банка одной страны в банк дру­гой страны с целью оказания консалтинговых услуг или какой-то другой помощи.

Основные виды услуг и операций международных банков: между­народные расчеты, кредитование и аккумулирование депозитов, валюто-обменные операции, операции на мировых фондовых рынках, трастовые и другие услуги.

Увеличение объемов продажи товаров, услуг, технологий и интеллектуальной собственности в развитых странах оказало прямое воздействие на развитие банковских услуг. В настоящее время возрастает значимость услуг по обслуживанию внешнеэкономической деятельности, увеличивается объем инвестиционных, консультационных, информационных услуг, возрастает роль услуг в сфере финансового консультирования, управления активами, на передний план выходят банковские услуги в сфере информационных технологий с использованием Интернета [19, с.139].

Огромное влияние на развитие международной торговли банковскими услугами оказывает обострившаяся конкуренция между банками, небанковскими кредитно-финансовыми и нефинансовыми предприятиями. Роль финансовых посредников банки экономически развитых стран уступают сегодня другим финансовым институтам – факторинговым и лизинговым компаниям, инвестиционным и инновационным фирмам.

Одной из проблем ведущих банков на ближайшие годы является реструктуризация сети филиалов и отделений, так как создание глобальной сети ведет к удорожанию стоимости услуг и дополнительным издержкам. Базовым принципом банковского обслуживания становится сегментный подход к продаже услуг, основанный на портфельном принципе их предоставления, в том числе при помощи информационных технологий

Изменения потребностей клиентов и возможностей банковских услуг ведет к определенной реорганизации каналов их сбыта. Общение банка с клиентом в стационарном помещении теряет свою актуальность, т.к. последний получает возможность это делать при помощи электронных систем связи. Банки тратят огромные суммы на развитие банковских услуг в Интернете.

Финансовая деятельность – сравнительно молодая, но развивающаяся отрасль международных экономических отношений. Наиболее важным ее сектором являются международные перемещения капиталов, которые растут быстрее, чем торговля товарами. В настоящее время в мире насчитывается несколько главных центров, которые соперничают между собой в международном перемещении капиталов. В течение долгого времени в роли главного экспортера капитала в мире выступали США. В последние десятилетия ХХ века страны Западной Европы по масштабам своих заграничных инвестиций превзошли США. Велика роль в экспорте капитала Германии, Англии, Франции. Третьим финансовым центром является Япония. Наряду с ними в последние годы сложились новые финансовые базы в развивающемся мире. Самой мощной из них является группа стран ОПЕК, среди которых выделяются особенно богатые страны – Саудовская Аравия, Кувейт и ОАЭ [13, с.123].

Разновидностью международной финансовой деятельности является страхование. Это такая форма экономических отношений, которая предполагает формирование за счет взносов участников этой деятельности целевых фондов для возмещения потерь, связанных со стихийными и случайными действиями природы и человека. Объектом страхования являются все факторы производства, каждый из которых подвержен различным рискам. Во внешнеэкономических связях страхуются сделки, заключаемые иностранными контрагентами. Страховой бизнес характеризуется постоянным расширением числа видов предоставляемых услуг. Они включают различные виды страхования, перестрахования, сервисное обслуживание, трастовые услуги и пр.

**ГЛАВА 3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 25.11.2004 г. № 347-З «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» [9] внешняя торговля услугами осуществляется следующими способами:

1. с территории Республики Беларусь на территорию иностранного государства;

2. с территории иностранного государства на территорию Республики Беларусь;

3. на территории Республики Беларусь иностранному заказчику услуг;

4. на территории иностранного государства белорусскому заказчику услуг;

5. белорусским исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории иностранного государства, путем оказания услуг им или уполномоченным лицом, действующим от его имени на территории иностранного государства;

6. иностранным исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории Республики Беларусь, путем оказания услуг им или уполномоченным лицом, действующим от его имени на территории Республики Беларусь;

7. белорусским исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории иностранного государства;

8. иностранным исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории Республики Беларусь.

Если иное не предусмотрено нормами международных договоров, действующими для Республики Беларусь, внешняя торговля услугами может быть ограничена путем введения запретов и ограничений, затрагивающих все или отдельные секторы услуг, в отношении способов оказания услуг на основании актов Президента Республики Беларусь и законов.

В Республике Беларусь экспорт услуг имеет устойчивое положительное сальдо. Наибольший удельный вес в общем объеме экспорта услуг (58%) занимают транспортные услуги.

По уровню развития дорожной сети Республика Беларусь занимает одно из первых мест среди стран СНГ. За последние 10 лет сеть автомобильных дорог общего пользования возросла более чем на 30 тыс. километров (рост в 1,6 раза). Однако провозные возможности автомобильного транспорта республики в настоящее время используются на 70–75 процентов. Пропускная способность автомобильных дорог по основным направлениям используется на одну треть, что позволяет ежегодно увеличивать объемы транзитных грузовых перевозок через территорию республики [11].

В соответствии с Программой «Дороги Беларуси» на 2006–2015 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 6 апреля 2006 г. № 468, к 2016 году планируется улучшить транспортно-эксплуатационное состояние республиканских автомобильных дорог. Все мосты и путепроводы должны соответствовать нормативным требованиям. На 314 километров увеличится и в итоге составит 1,4 тыс. километров протяженность участков республиканских автомобильных дорог первой категории. Республиканские автомобильные дороги, связывающие столицу с областными центрами, и на направлениях международных транспортных коридоров смогут выдерживать нагрузку на одиночную ось до 11,5 тонны.

Немаловажным фактором реализации транзитного потенциала является законодательство, регламентирующее порядок проведения экспортно-импортных операций. В 2009 году Республика Беларусь повысила свой рейтинг, составляемый по результатам исследований, проводимых Всемирным банком по показателю «торговля через границу», который характеризует уровень административных барьеров при проведении экспортно-импортных операций, переместившись со 134 на 129 место среди 183 стран [11].

Привлечение грузопотоков является сложнейшим процессом, включающим услуги различных видов транспорта, транспортно-экспедиционное обслуживание, перевалку и хранение грузов на терминалах, деятельность таможенных органов, консульских учреждений республики, страховых компаний и банков, налоговую политику и торговые сборы, придорожный сервис, сезонное ограничение автомобильных перевозок грузов, тарифы за сопровождение по автомобильным дорогам дорогостоящих и крупногабаритных грузов. Все те, кто непосредственно или опосредованно причастен к оказанию этих услуг, должны работать комплексно, в тесном взаимодействии, чтобы процесс транзита грузов был эффективным и выгодным не только для оказывающего услугу, но, в первую очередь, для клиента, пользующегося ею.

В 2009 году удалось нарастить долю белорусских автомобильных перевозчиков на международном рынке грузовых перевозок между Россией и ЕC до 70 процентов (в 2008 году – 60 процентов).

Беларусь в 2015 году должна увеличить экспорт автотранспортных услуг до $1,2 млрд., заявил 2 ноября 2010 года на заседании Президиума Совмина Первый заместитель Премьер-министра Республики Беларусь Владимир Семашко. Этот показатель в 2009 году составил $501,2 млн., однако, по словам Первого заместителя, уже в 2015 году должен вырасти до $1,2 млрд.[1]

На современном этапе развития в Беларуси ежегодно возрастает число туристов, прибывающих в Республику Беларусь, соответственно растет выручка от организации туристского обслуживания в Республике Беларусь, увеличивается число гостиниц и других средств размещения. В то же время в Республике Беларусь по-прежнему отмечается превышение выездного туризма над въездным, высокая изношенность материально-технической базы и т.д.

Беларусь обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом: разнообразны природно-климатические условия, богато культурное наследие республики, совершенствуются транспортно-коммуникационные условия, имеются нестандартные туристские ресурсы. В этом плане можно с уверенностью говорить о том, что Беларусь может смело претендовать на свою долю мирового рынка туристских услуг и имеет для этого все основания.

Основными проблемами развития международного туризма в Республике Беларусь на сегодняшний день являются: несовершенство нормативно-правового и статистического обеспечения туризма; неподготовленность материально-технической базы туристской индустрии; отсутствие высококвалифицированного кадрового обеспечения развития туризма; недостаточное научное обеспечение развития туризма; низкий ранг и весьма ограниченные полномочия национальной туристской администрации. В будущем необходимо решение вышеперечисленных проблем, что позволит значительно повысить привлекательность республики для иностранных туристов и инвесторов и даст возможность в последующем реализовать ряд крупномасштабных проектов в области белорусского туризма [5, с.137].

В качестве приоритетных направлений развития международного туризма в Республике Беларусь Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь выделяет транзитный и трансграничный, экологический, агротуризм, оздоровительный, спортивный, а также деловой туризм. Однако реализация вышеуказанных направлений требует решения ряда проблем, что возможно лишь при активном участии государства путем создания стимулов для отечественных туроператоров, а также предоставления консультационной и иной помощи при разработке туристского продукта.

Таким образом, первоочередным направлением развития международного туризма в Республике Беларусь является создание эффективной национальной туристской политики, которая будет содействовать развитию международного туризма и деятельности отечественных и зарубежных туристских компаний. Очевидно, что для этого понадобится ни один год, однако предпринимаемые действия государства (разработка Национальной программы, проведение заседаний по проблемам развития туризма в республике и т.д.) позволяют надеяться, что создание современной туристской индустрии в Республике Беларусь является не далеким будущим.

Если на международном рынке возрастает конкуренция между банками, небанковскими кредитно-финансовыми и нефинансовыми предприятиями, то в Беларуси данная тенденция не просматривается. Роль финансовых посредников при осуществлении основных трансакций в республике остается за банками

В целом к тенденциям развития белорусского рынка банковских услуг можно отнести следующие:

1.ориентация банков на обслуживание предприятий, которые обеспечивают увеличение экспортного потенциала страны (Белорусский металлургический завод, производственные объединения «Беларуськалий», «Полимир», «Белнефтехим»);

2.развитие услуг белорусских банков при работе с экспортными кредитными агентствами зарубежных стран (банки выступают заемщиком перед иностранными банками-партнерами на внешнем рынке кредитных ресурсов при реализации крупных инвестиционных проектов в нашей стране) [2, с.17].

Наряду с инвестиционным кредитованием в последние годы успешно решаются вопросы финансирования оборотного капитала с использованием линий международных финансовых организаций. В данном случае использование банковских гарантий дает возможность экспортерам полностью избежать предоплаты за сырье и материалы, и тем самым значительно удешевить сделку. Для снижения рисков в сфере международной торговли банки предоставляют самые разнообразные услуги для экспортеров и импортеров. На сегодняшний день белорусские банки могут предоставить гарантии, подтвержденные первоклассными европейскими банками, среди которых банки Австрии, Германии, Италии, Франции, Польши, России и др. стран.

На мировом рынке сейчас идет ожесточенная борьба за деньги иностранного клиента. Внедряются прогрессивные методы обслуживания. К одной из перспектив развития белорусского рынка банковских услуг можно отнести интернет-банкинг. 2003 год стал переломным для республики в этом плане.

Однако в нашей стране развитию и-банкинга мешают некоторые факторы:

* 1. Малодоступность Интернета для большинства потенциальных пользователей, в том числе - банковских (в большинстве белорусских банков слабо развиты внутренние системы электронного документооборота, далеко не у всех банковских работников есть собственные адреса электронной почты);
  2. Принудительное кредитование некоторых отраслей национальной экономики (белорусские банки не в полной мере вольны распоряжаться своими средствами, что мешает им вкладывать средства в смелые новации).

Важным и актуальным в настоящее время становится использование опыта зарубежных банков по оказанию консультационных услуг при обслуживании бизнеса клиентов. К консультационным услугам банков в сфере внешнеэкономической деятельности относятся:

* анализ внешнеэкономических контрактов клиентов;
* анализ кредитоспособности и текущего финансового состояния иностранных банков;
* разработка индивидуальных схем по организации сделок клиентов.

Данный вид услуг в первую очередь может заинтересовать компании малого и среднего бизнеса. Крупная компании на мировом рынке может работать самостоятельно, за счет собственных консультантов и отделов. А мелкой или средней фирме для того, чтобы выйти на международную арену и заставить свои средства эффективно там работать, необходимо воспользоваться услугами сторонних организаций. И именно банки могут стать подобными организациями [21, с.158].

С этой точки зрения, не менее перспективным является создание подразделений, ответственных за развитие торговых операций клиентов, выполняющих исследовательскую, маркетинговую и посредническую функцию между производителями и потребителями товаров и услуг (в западной банковской практике такие подразделения носят название Trade Promotion Department).

Развитие белорусского рынка инвестиционных услуг является перспективным видом деятельности банков, способствующим диверсификации кредитных и инвестиционных рисков, поиску альтернативных источников привлечения ресурсов в реальный сектор экономики. Участие банковских учреждений в этом процессе будет способствовать привлечению иностранных инвесторов, развитию услуг по управлению активами, ценными бумагами.

В итоге, можно заключить, что целью белорусских банковских учреждений на настоящий момент является совершенствование качества обслуживания, расширение клиентской базы как внутри страны, так и за рубежом. Это стимулируется растущей конкуренцией и снятием ряда ограничений на деятельность в нашей стране иностранных кредитных организаций. Стараясь достичь этих целей отечественные банки стали действовать более активно и целенаправленно, многие стали внедрять новые технологии. Сейчас каждый из работающих на белорусском рынке банков предлагает около сотни различных услуг в области внешнеэкономической деятельности. В целом к тенденциям развития белорусского рынка банковских услуг можно отнести ориентацию на обслуживание предприятий, которые обеспечивают увеличение экспортного потенциала страны, работа с экспортными кредитными агентствами зарубежных стран, финансирования оборотного капитала с использованием линий международных финансовых организаций, предоставление гарантий с целью снижения рисков в сфере международной торговли. Тенденция комплексности и универсальности предоставления услуг также нашла свое отражение в деятельности белорусских банков, что выражается во внедрении персонального менеджмента, позволяющего предлагать клиенту не разрозненные банковские услуги, а комплексное решение всех вопросов. Однако с целью получения средств иностранного клиента необходимо внедрение новых технологий и банковских услуг, среди которых выделяется интернет-банкинг, консультационные услуги при обслуживании бизнеса клиентов, исследовательские, маркетинговые и посреднические услуги между производителями и потребителями товаров и услуг, а также участие белорусских банков в инвестиционной деятельности. Реализация перечисленных задач является одним из условий успешного развития отечественного рынка банковских услуг, противостояния возрастающей конкуренции иностранных банков как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Одной из важнейших закономерностей развития экономики во всем мире является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг в национальной экономики. Это находит выражение в увеличении доли трудовых, материальных и финансовых ресурсов, используемых в сфере услуг.

По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие сферы услуг. Наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий. В настоящее время роль услуг, как одного из важнейших секторов экономики, очень велика и актуальна. Это связано с усложнением производства, насыщением рынка товарами как повседневного, так и индивидуального спроса, с быстрым ростом научно-технического прогресса, который ведет к нововведениям в жизни общества. Все это невозможно без существования информационных, финансовых, транспортных, страховых и других видов услуг. Также услуги являются неотъемлемым составляющим торговли товарами (особенно технически сложными), т.к. сбыт товара требует все более развитой сети, которая состоит в основном из услуг, оказываемых во время реализации и услуг послепродажного обслуживания.

В условиях развития рыночных отношений, а также экономических и политических катаклизмов, происходящих в нашей стране, наблюдаются и существенные изменения в сфере услуг. При сложившихся кризисных обстоятельствах в Республике Беларусь значительно возрастает объем услуг, специфически присущих рыночной экономике (банковских, финансовых, страховых, риэлтерских, юридических). Увеличился спектр услуг, связанных с управлением и содержанием органов государственной власти, а также правоохранительных органов.

По мере интеграции экономики страны в мировое экономическое пространство происходит развитие импорта и экспорта услуг, появление принципиально новых технологических основ функционирования целого ряда услуг, в том числе информационных.

Происходит все большее расширение основ воспроизводства рыночных и нерыночных услуг. При этом рыночные услуги отвоевывают все более значительную для себя долю в общем объеме услуг.

Приоритетом в развитии «коммерческих» отраслей сферы услуг в Республике Беларусь должно быть развитие от­раслей, формирующих инфраструктуру экономи­ки. Учитывая процессы глобализации мировой экономики, необходимо отдавать преимущество развитию услуг, связывающих страны между со­бой, - коммуникационных, компьютерных, транс­портных.

Республика Беларусь обладает преимуще­ствами международной торговли транспортными услугами в силу своего выгодного географиче­скою положения. Развитие этой отрасли требует в ближайшей перспективе, прежде всего, форми­рования современных транспортных узлов, обе­спечивающих повышение эффективности и на­дежности перевозок.

Немаловажное значение принадлежит разви­тию и освоению информационных технологий, не только как перспективного направления междуна­родной торговли, но и как источника сокращения издержек функционирования организаций внутри страны. Помимо активного участия государства в развитии сети информационных и консультаци­онных услуг для всех агентов рынка должны быть созданы условия для развития соответствующих видов услуг организациями частного сектора. Ведущая роль в этом принадлежит применению инструментов налогового стимулирования и соот­ветствующих рычагов денежно-кредитного регу­лирования.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:**

1. Беларусь в 2015 году должна увеличить экспорт автотранспортных услуг до $1,2 млрд. / В.Семашко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.gov.by/ru/rus_dayevents20101102.html>
2. Гамзунов, А. Рынок банковских услуг: конкуренция по качеству / А. Гамзунов // Банкаýскi веснiк. – 2004. - №2. – С.12-18.
3. Демко, И. Мировой рынок туризма в 2009 году / И. Демко // Вокруг света – 2010.- Режим доступа.: <http://www.salut.md/news/>
4. Евсеев, С.В. Эффективность транспортных услуг в современных условиях / С.В. Евсеев // Экономические науки. - 2006. - №3. - С. 121-136.
5. Зубачев, С. Н. Современные тенденции развития туризма в Беларуси / С.Н. Зубачев // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2007. - №6. – С.131-138.
6. Кучевский, Н. Тенденции развития рынка транспортных услуг / Н. Кучевский // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2003. - № 2. – С.67-70
7. Лесневская, Н. А. Сущность услуг как экономической категории, объекта управления и бухгалтерского учета / Н.А. Лесневская // Бухгалтерский учет и анализ. – 2007. - №9. – С.12-19
8. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2008 - 2010 годы; утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2007г. № 1796 // Эталон-Беларусь [Электрон.ресурс] / Национальный центр правовой информации Респ.Беларусь. − Минск, 2010.
9. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Республики Беларусь от 25.11.2004 г. № 347-З // Эталон-Беларусь [Электрон.ресурс] / Национальный центр правовой информации Респ.Беларусь. − Минск, 2010.
10. Об утверждении Комплексной программы развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2006 - 2010 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22.06.2006 г. № 786 // Эталон-Беларусь [Электрон.ресурс] / Национальный центр правовой информации Респ.Беларусь. − Минск, 2010.
11. Об утверждении стратегии развития транзитного потенциала Республики Беларусь на 2011 - 2015 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 09.08.2010 г. № 1181 // Эталон-Беларусь [Электрон.ресурс] / Национальный центр правовой информации Респ.Беларусь. − Минск, 2010.
12. Плотницкий, М.И. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность / М.И. Плотницкий и др. - Питер, 2003. - 230с.
13. Почекина В.В. Услуги в международной экономике / В.В. Почекина, Ю.П. Якубук; Под ред. В.Ф. Медведева – Мн.: НО ООО «БИП-С», 2003. – 178 с.
14. Российский рынок транспортно-логистических услуг в 2009-2010 и прогноз до 2013 г. – М.: РосБизнесКонсалтинг (РБК), 2010. - 320 стр.
15. Рыбалкин, В.Е. Международные экономические отношения. Раздел III. Глава 11. Международная торговля товарами и услугами. Основные характеристики и показатели. Учебник для вузов / В.Е. Рыбалкин, Ю.А. Щербанин, Л.В. Балдин и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 519 с.
16. Савельев, С. Туристский бизнес развивается, несмотря на кризис / С. Савельев //Вокруг света – 2009.- Режим доступа.: http://www.orexca.com/news/archives/
17. Семенов, К.А. Международные экономические отношения. Раздел II. Глава 12. Международная торговля услугами. Учебник для вузов / К.А. Семенов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 544 с.
18. Сивенков, О.В. Оценка и перспективы развития сферы бизнес-услуг в Беларуси / О.В. Сивенков // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2007. - №6. – С.67-72.
19. Турбан, Г.В. Мировой рынок услуг: факторы и масштабы развития / Г.В. Турбан // Белорусский экон. журн. - 2008. - № 1. - С. 133-141
20. Фомичев, В.И. Международная торговля: Учебник / В.И. Фомичев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 446с.
21. Черемисина, А.С. Развитие сферы услуг как важнейшее направление трансформации отраслевой структуры экономики Республики Беларусь / А.С. Черемисина // Проблемы управления. – 2009. - №4. - С.156-161